

PRINSIP KERJASAMA DALAM WACANA JUAL BELI DI PASAR TRADISIONAL PERUMNAS TLOGOSARI SEMARANG

Oleh :

Sri Puji Astuti

Sripujiastuti0116@gmail.com

Fakultas Ilmu Budaya Universitas Diponegoro

ABSTRACT

The market is a meeting place for sellers and buyers. Bargaining in traditional markets is an activity that is often made between the seller and the buyer. The interaction between sellers and buyers need a language as a communication tool. How the realization of the principle of cooperation in the discourse of buying and selling in the traditional market of Perumnas Tlogosari Semarang discussed in this paper is. This study was chosen markets located in Suryo Kusumo because this market is the largest market among the three markets are in Perumnas Tlogosari Semarang. Collecting data was conducted by scrutinizing method that was developed with basic tapping technique and Advanced techniques in the form of notes and recording technique. The results showed that in the interaction of sellers and buyers comply with and violate the principle of cooperation. Compliance with the principle of cooperation intended to convey the message clearly, correctly and avoid misunderstandings. While the violation of the cooperation principle was intended to ensure the quality of goods, so merchandise sold, searching for information, the seller and the buyer is familiar, and praised the merchandise.

Keywords : cooperation principles, buying and selling, traditional markets

I. PENDAHULUAN

Dalam kehidupan sehari-hari komunikasi sangatlah penting. Untuk berkomunikasi dengan orang lain bahasa memegang peran. Jadi, bahasa merupakan alat utama yang digunakan untuk berkomunikasi di mana pun manusia berada, termasuk di pasar.

Pasar merupakan tempat bertemunya penjual dan pembeli. Pasar ada dua macam yaitu pasar tradisional dan pasar modern. Di pasar tradisional sering terjadi tawar-menawar antara penjual dan pembeli. Berbelanja di pasar tradisional terjadi komunikasi langsung antara penjual dan pembeli. Berbeda dengan pasar tradisional, pasar modern atau yang lebih dikenal dengan istilah swalayan sangat jarang

terjadi komunikasi antara penjual dan pembeli. Di pusat perbelanjaan modern dengan bekal kereta belanja pembeli langsung dapat memilih, mengambil dan membayar barang yang dipilih di kasir. Bahkan bisa saja terjadi antara penjual dan pembeli tidak terjadi percakapan (Sudono, 2012: 275)

Interaksi antara penjual dan pembeli di pasar tradisional merupakan hal yang menarik. Tawar-menawar di pasar tradisional sering terjadi. Bahkan tawar-menawar merupakan seni berbelanja. Jarang sekali orang yang berbelanja di pasar tradisional tidak menawar barang yang akan dibeinya. Jadi, melalui tawar-menawar itu pembeli ingin mendapatkan barang yang berkualitas dengan harga murah.

II. PERMASALAHAN

Berdasarkan latar belakang di atas, dalam makalah ini dibahas bagaimanakah realisasi prinsip kerjasama dalam wacana jual beli di pasar tradisional Tlogosari Semarang.

2.1 Prinsip Kerjasama

Dalam berkomunikasi penutur menyampaikan pesan kepada lawan tutur. Penutur berusaha agar pesan yang disampaikan dapat dipahami lawan tutur. Dalam komunikasi dikenal istilah prinsip kerjasama. Grice (dalam Rustono, 2000:44) mengemukakan prinsip kerjasama yang berbunyi “Buatlah sumbangan percakapan Anda seperti yang diinginkan pada saat berbicara, berdasarkan tujuan percakapan yang disepakati atau arah percakapan yang sedang Anda ikuti”.

Selanjutnya prinsip kerjasama dijabarkan ke dalam empat maksim. Maksim adalah prinsip yang harus ditaati oleh peserta pertuturan dalam berinteraksi dalam upaya melancarkan jalannya proses komunikasi (Kushartanti, 2007:106). Keempat maksim tersebut yaitu maksim kualitas, maksim kuantitas, maksim relevansi, dan maksim cara.

2.2 Maksim Kualitas

Menurut Wijana dan Rohmadi (2011:47) dalam maksim kualitas peserta tutur diwajibkan memberikan informasi yang sebenarnya. Informasi yang diberikan didukung bukti yang memadai. Hal tersebut terwujud jika para peserta tutur memberikan informasi yang diyakini benar, dan apa yang diinformasikan didukung oleh bukti yang memadai. Jika penutur merasa tidak yakin dengan apa yang diinformasikannya, ada cara untuk mengungkapkan keraguan tersebut yaitu dengan ungkapan seperti *setahu saya, kalau tidak salah dengar, katanya* dan lain-lain (Kushartanti, 2007:107).

2.3 Maksim Kuantitas

Berdasarkan maksim kuantitas penutur dalam interaksi harus memberi informasi secukupnya, tidak memberikan sumbangan informasi yang lebih dari yang diperlukan. Maksim kuantitas menghendaki setiap peserta pertuturan memberikan kontribusi yang secukupnya atau sebanyak yang dibutuhkan oleh lawan bicaranya (Wijana dan Rohmadi, 2011:45).

2.4 Maksim Relevansi

Maksim relevansi mengharuskan para peserta tutur memberikan kontribusi yang relevan dengan topik pembicaraan (Wijana dan Rohmadi, 2011:45). . Dalam realisasinya, para peserta tutur dalam sebuah interaksi mematuhi maksim relevansi dengan cara menyampaikan tuturan yang berisi informasi yang relevan dengan alur interaksi yang sedang diikuti. Dengan kata lain maksim relevansi mengharuskan setiap peserta percakapan memberikan kontribusi yang relevan dengan situasi pembicaraan (Kushartanti, 2007:107).

2.5 Maksim cara

Berdasarkan maksim cara, setiap peserta percakapan harus berbicara secara langsung, tidak kabur, tidak taksa, dan tidak berlebih-lebihan (Wijana dan Rohmadi, 2011:45). Peserta tutur dalam sebuah interaksi mematuhi maksim cara dengan cara menghindari tuturan yang kabur, menghindari tuturan yang berarti ganda, tidak berbelit-belit, dan menyampaikan tuturan secara teratur. Biasanya, tuturan yang mematuhi maksim kuantitas sekaligus juga menaati maksim cara (Jazeri, 2008).

III. METODE PENELITIAN

Penelitian ini memilih lokasi pasar tradisional di Perumnas Tlogosari Semarang karena penduduk Perumnas Tlogosari Semarang berasal dari berbagai daerah. Di Perumnas Tlogosari Semarang

terdapat tiga pasar tradisional yaitu pasar tradisional yang berlokasi di Udan Riris, Satrio Wibowo, dan di Surya Kusumo. Dalam penelitian ini dipilih pasar yang berlokasi di Surya Kusumo karena pasar ini merupakan pasar terbesar di antara ketiga pasar yang berada di Perumnas Tlogosari Semarang. Pengumpulana data dilakukan dengan metode simak yang dikembangkan dengan teknik dasar sadap dan teknik lanjutan berupa teknik catat dan teknik rekam. Dalam penelitian ini digunakan pendekatan pragmatik.

IV. PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil penelitian ditemukan pematuhan dan pelanggaran prinsip kerjasama dalam wacana jual beli di pasar tradisional Tlogosari Semarang.

4.1 Pematuhan prinsip kerjasama dalam Wacana Jual beli di Pasar Tradisional Tlogosari Semarang

4.1.1 Pematuhan Maksim Kualitas

Pematuhan terhadap maksim kualitas dalam wacana jual beli di pasar tradisional dapat dilihat dalam wacana berikut ini.

(1) Konteks: Seorang ibu sudah memilih jajan pasar (Pb) berbicara dengan penjual (Pj)

Pb : Mbak, niki sampun, tulung panjenengan etang!
(Mbak, ini sudah tolong dihitung!)

Pj : Inggih Bu. Sedaya wolung ewu.
(Ya Bu. Semua delapan ribu)

Pb : Niki Mbak artane (Pembeli membayar dengan uang Rp20.000,00)
(Ini uangnya.)

Konteks : penjual menerima uang sambil sibuk melayani pembeli yang lain

Pb : Mbak susuke dereng.
(Mbak uang kembalinya belum.)

Pj : O, Inggih kesupen Buk
(O. iya Bu lupa)

Dalam wacana (1) pembeli menyampaikan informasi kepada penjual bahwa pembeli sudah memilih kue yang akan dibelinya. Penjual merespon sesuai yang diinginkan pembeli. Begitu juga informasi pembeli mengenai uang kembalian pembeli yang belum diberikan penjual juga direspon oleh penjual sesuai yang diinginkan pembeli. Dalam wacana (1) pembeli berusaha mengingatkan penjual tentang uang kembalian yang memang belum diterima. Dengan demikian, dalam wacana (1) antara penjual dan pembeli telah mematuhi maksim kualitas.

(2) Konteks: Seorang pedagang daging ayam (Pj) sedang berbicara dengan Pembeli (Pb)

Pb : Pak ayam pejantan setunggal pinten?
(Pak ayam pejantan satu berapa?)

Pj : Rp20.000,00
(Dua puluh ribu)

Pb : Siji separo entuk Pak?
(Beli satu setengah ekor boleh Pak?)

Pj : Angsal (Pedagang masih sibuk melayani pembeli yang lain) sementara pembeli memilih ayam dua ekor)
(Boleh).

Pb : Pak dipotong dadi papat. Sing siji separo wae lho Pak.
Pak dipotong jadi empat . Yang satu separo saja Pak.

Pj : Kalih sisan Bu!
(Dua sekalian Bu!)

- Pb : Kakean Pak.
(Terlalu banyak Pak.)
Pj : Bu mengko sing separo dodole
angel.
(Bu yang setengah nanti sulit
lakunya.)
Pb : Jare mau entuk separo Pak?
(Kata Bapak tadi boleh?)
Pj : Inggih sampun ben dadi
langganan.
(Ya sudah buat langganan.)

Dalam wacana (2) penjual memberikan informasi bahwa ayam yang dibeli setengah akhirnya sulit laku. Begitu juga informasi yang disampaikan pembeli kepada penjual bahwa kalau pembeli harus membeli dua ekor ayam terlalu banyak. Tuturan antara penjual dan pembeli dalam wacana di atas mematuhi maksim kualitas karena ayam yang masih setengah biasanya sulit dijual. Begitu juga tuturan pembeli kalau membeli dua ekor ayam terlalu banyak. Jadi, penatuhan terhadap maksim kualitas dalam wacana (2) sebetulnya digunakan penjual dan pembeli untuk memberi alasan terhadap kondisi penjual dan pembeli.

4.1.2 Pematuhan Maksim Kuantitas

- (3) Konteks: Penjual buah (Pj) Pembeli (Pb)
Pb : Pak pisange pinten niki?
(Pak, berapa harga pisang ini?)
Pj : 22 Mbak.
(Dua puluh dua Mbak.)
Pb : Pak 20?.
(Pak, dua puluh?)
Pj : Pas Mbak
(Pas Mbak)

Dalam wacana (3) penjual telah menginformasikan apa yang ditanyakan pembeli tidak kurang dan tidak lebih. Dengan demikian, wacana (3) penutur mematuhi maksim kuantitas. Pematuhan terhadap maksim kuantitas ini menyebabkan tuturan dalam wacana lebih efektif.

4.1.3 Pematuhan Maksim Relevansi

- (4) Konteks : pembeli (Pb) penjual sembako (Pj)
Pj : Ibu mundut apa?
(Ibu beli apa?)
Pb : Bimoli kalih liter.
(Bimoli dua liter)
Pj : Telas Bu. Filma nggih?
(habis Bu. Filma ya?)
Pb : Inggih Bu.
(Ya)

Dalam wacana (5) pembeli akan membeli minyak goreng Bimoli dua liter, ternyata pesediaan dalam toko tersebut habis. Untuk mengikat pembeli agar membeli barang dagangannya penjual menawarkan minyak goreng merek lain. Penjual sembako menyampaikan informasi yang relevan dengan topik pembicaraan yaitu tentang minyak goreng yang akan dibeli pembeli. Meskipun minyak yang akan dibeli habis, penjual memberi alternatif kepada pembeli untuk mencoba produk yang lain. Dengan mematuhi maksim relevansi ini diharapkan barang dagangan laku.

4.1.4 Pematuhan Maksim Cara

- (5) Konteks : Tuturan penjual Sembako (PJ) dan pembeli (Pb)
Pb : Bu wonten krupuk urang alit?
(Bu, punya karupuk udang kecil?)
Pb : Wonten.
(Ada.)
Pj : Ngersakke pinten?
(Butuh berapa?)
Pb : Setengah kilo.
(Setengah kilo.)

Wacana (5) penutur mematuhi maksim cara karena informasi yang diberikan jelas, singkat. Biasanya dalam tuturan antara penjual dan pembeli yang dilakukan secara singkat ini karena pembeli tidak mempermasalahkan harga barang yang akan dibenya. Di samping itu barang yang akan dibeli juga tersedia di kios tersebut.

4.2 Pelanggaran Prinsip Kerjasama dalam Wacana Jual Beli di Pasar Tradisional Tlogosari Semarang

4.2.1 Pelanggaran terhadap Maksim Kualitas

(6) Konteks : Penjual buah (PJ) dan pembeli (Pb) buah jeruk

Pb : Bu jeruk sekilo pinten?
(Bu jeruk sekilo berapa?)

Pj : Kalih welas Bu.
(Dua belas Bu.)

Pb : Manis apa ora Pak?
(Manis apa tidak Pak?)

Pj : Manis Bu.

Pb : Entuk diicipi?

Pj : Angsal
(Boleh)

Pb : Lho kok kecut Pak.
(Masam Pak)

Dalam wacana (6) penjual tidak memberikan informasi yang benar tentang rasa jeruk yang dijualnya. Penjual mengatakan rasa jeruk yang dijualnya manis, namun setelah dicicipi pembeli rasa jeruk tersebut masam atau kurang manis. Pelanggaran terhadap maksim ini terkadang sengaja dilakukan penjual agar barang dagangannya laku. Namun, jika terjadi hal seperti dalam wacana di atas terkadang pembeli tidak jadi membeli barang dagangannya. Berbeda ketika pedagang mengatakan hal yang sebenarnya misalnya penjual mengatakan buah jeruk yang dijualnya *seger* yang berarti 'manis tapi ada masamnya'. Jadi, pelanggaran terhadap maksim kualitas ini menyebabkan pembeli terkadang beralih ke penjual lainnya.

Pelanggaran terhadap maksim kualitas juga dapat dilihat dalam wacana berikut ini.

(7) Konteks: penjual tahu (Pj) pembeli (Pb)

Pb : Bu, tahu putih sejinah
(Bu, tahu putih sepuluh)
Pembjual membukus sepuluh
tahu putih

Pb : Pinten Bu?
(Berapa Bu?)

Pj : Empat juta

Pembeli membayar dengan uang sepuluh ribu.

Pj : Niki susuke enam juta.

Dalam wacana (7) penjual melanggar maksim kualitas karena penjual tidak mengatakan sesuai dengan keadaan yang sebenarnya. Penjual mengatakan bahwa harga tahu putih sepuluh biji empat juta padahal kenyataannya empat ribu rupiah. Meskipun penjual telah melanggar maksim kualitas pembeli bisa memahami penjual tersebut. Hal tersebut terbukti uang yang diberikan pembeli kepada penjual hanya Rp10.000,00, kemudian penjual memberikan uang kembali ke pembeli enam ribu rupiah. Jadi, sebetulnya pelanggaran maksim kualitas seperti ini sama-sama sudah diketahui antara penjual dan pembeli. Pelanggaran maksim kualitas dalam wacana ini tidak menyebabkan pembeli kecewa sehingga tidak berpengaruh pada pembeli.

4.2.2 Pelanggaran terhadap Maksim Kuantitas

Pelanggaran terhadap maksim kuantitas sering dijumpai dalam wacana jual beli di pasar tradisional. Perhatikan wacana berikut ini.

(8) Konteks: Penjual ikan (Pj) dan pembeli (Pb) ikan bandeng

Pb : Bu, Bandenge sekilo pira?
(Bu, bandeng sekilo berapa?)

Pj : 20 ewu.
(Dua puluh ribu)

Pb : Ayar tho Bu?
(Baru Bu?)

Pj : Ayar, wingi aku ora dodol. Ki ditonton mripate bening, daginge isih atos.
(Baru. Kemarin saya tidak berjualan. Lihat ini matanya bening, dagingnya masih keras.)

Dalam wacana (8) pembeli akan membeli ikan bandeng. Pembeli menanyakan kepada penjual apakah bandeng yang akan dibelinya baru. Namun, penjual menjelaskan bahwa barang dagangannya berkualitas baik dengan cara menjelaskan ciri-ciri ikan yang masih segar. Di samping itu, penjual juga menjelaskan bahwa penjual tidak berjualan di hari sebelumnya. Penjelasan penjual tersebut melanggar maksim kuantitas karena apa yang dijelaskan termasuk berlebihan. Sebetulnya pembeli juga tidak menanyakan kemarin penjual berjualan atau tidak. Penjual melanggar prinsip kerjasama maksim kualitas dengan tujuan meyakinkan pembeli agar tidak ragu dengan kualitas barang yang dibelinya.

Contoh lain

- (9) Konteks : pembeli (Pb) memesan brokoli kepada penjual sayur (Pj)
(Pb) : Mbak Minggu aku pesen brokoli 5 kg ya!
(Mbak Minggu saya pesan brokoli 5 kg ya!)
(Pj) : Kok akeh banget kanggo apa?
(Banyak sekali untuk apa?)
(Pb): Ya arep kanggo syukuran.
Anakku sing kelas lima karo kelas loro sunat bareng. Nanging sunate wis suwe. Minggu lagi arep syukuran. Jenengan rawuh ya!
(Untuk syukuran. Anakku yang kelas lima dan kelas dua khitan bersama-sama. Tapi khitannya sudah lama. Minggu mau syukuran. Datang ya Mbak!

Wacana (9) melanggar maksim kuantitas karena pembeli memberikan informasi secara berlebihan kepada penjual. Pembeli menjelaskan kegunaan brokoli yang akan dibelinya secara berlebihan kepada penjual karena pembeli sudah akrab dengan penjual. Hal tersebut juga terlihat pada undangan yang disampaikan pembeli kepada penjual.

4.2.3 Pelanggaran terhadap Maksim Relevansi

- (10) Konteks : Pedagang pakaian (Pj) dan pembeli (Pb)
Pb: Kudung coklat ana Mbak?
(Kerudung coklat ada Mbak?)
Pj : Engkang langsung mboten?
(Penjual mencari kerudung yang diminta)
(Yang langsung dipakai apa tidak?)
Pb : Mboten. Kok dhewean Mbak?
(Tidak. Kok sendiri Mbak?)
Pj : Inggih Ibu nembe repot. Badhe wonten arisan mangke sonten)
(Ya ibu lagi repot. Nanti sore mau ada arisan)

Wacana (10) pembeli akan membeli kerudung coklat. Namun, pembeli juga menanyakan keberadaan seorang Ibu yang biasanya ikut berjualan di kios itu. Jadi, dalam wacana (10) terjadi pelanggaran maksim relevansi karena pembeli menanyakan sesuatu yang tidak berhubungan dengan topik pembicaraan. Topik utamanya adalah kerudung tetapi kemudian pembeli beralih ke topik lain yaitu tentang keberadaan Ibu penjual di kios tersebut. Penyimpangan terhadap maksim relevansi terjadi karena pembeli sudah tahu bahwa biasanya yang berjualan di kios itu dua orang yaitu seorang ibu dan pelayannya. Jadi, pelanggaran terhadap maksim relevansi yang terjadi dalam jual beli karena pembeli sudah mengenal penjual.

4.2.4 Pelanggaran maksim cara

- (11) Konteks : Seorang pedagang tahu (Pj) dan seorang Pembeli (Pb)
Pj : Jenengan napa Bu?
(Ibu, apa?)
Pb : Tahu putih patang ewu wae.
Sing apik ya!
(Tahu putih empat ribu saja.
Yang bagus ya!)

Pj : Ya Bu. Tak pilihke sing ayu
kaya sing tuku.
(Ya Bu. Saya pilihkan yang
cantik seperti yang beli)

Dalam wacana (11) pembeli membeli tahu empat ribu. Pembeli minta penjual untuk memilihkan tahu yang bagus. Penjual menyetujui permintaan pembeli untuk memilihkan tahu yang bagus. Namun, jawaban yang diberikan penjual terlalu berlebihan yaitu *ya tak pilihke sing ayu kaya sing tuku*. Jadi, dalam wacana (11) terjadi pelanggaran terhadap maksim cara. Pelanggaran terhadap maksim ini ini dimaksudkan penjual untuk memuji pembeli sekaligus memuji barang dagangannya.

V. SIMPULAN

Hasil penelitian menunjukkan bahwa penjual dan pembeli di pasar tradisional Perumnas Tlogosari Semarang, mematuhi prinsip kerjasama dan juga melanggar prinsip kerjasama. Pematuhan terhadap prinsip kerjasama bermaksud untuk menyampaikan pesan secara jelas, benar dan menghindari kesalahpahaman Sedangkan pelanggaran terhadap prinsip kerja sama dimaksudkan untuk menyakinkan kualitas barang, agar barang dagangan laku, penjual dan pembeli sudah akrab, dan penjual memuji barang dagangan.

DAFTAR PUSTAKA

- Jazeri, M. 2008. "Realisasi Prinsip kerjasama dalam Sebuah Interaksi", *http// jeryronggo.Wordpress.com*. (Diakses 10 Juli 2012)
- Kushartanti, Untung Yuwono, dan Multamia RMT Lauder. 2007. *Pesona Bahasa Langkah Awal Memahami Linguistik*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Rustono. 2000. *Implikatur Tuturan Humor*. Semarang: CV IKIP Semarang Press.
- Sadono, Agus. 2012. "Pola Pemilihan Bahasa dalam Jual Beli di Pasar Tradisional (Studi Kasus di Pasar Winong, Kabupaten Pati)". dalam *Proceedings International Seminar Language maintenance and Shift II*. 5-6 juli 2012. Hal 275-279.
- Wijana, I Dewa Putu dan Muhammad Rohmadi. 2011. *Analisis Wacana Pragmatik Kajian Teori dan Analisis*. Surakarta: Yuma Pustaka.